

The Influence of Tax Aggressiveness, Environmental Performance, Company Size on CSR Disclosure in Manufacturing Companies Listed on the IDX for the 2015-2021 Period

Pengaruh Agresivitas Pajak, Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2021

Nadia Astianata ¹⁾; Yudi Partama Putra ²⁾

¹⁾Study Program of Accountancy Faculty of Economic, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

²⁾Department of Accountancy, Faculty of Economic, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: ¹⁾ nnadiya820@gmail.com; ²⁾ akoe_yudi94@yahoo.com

How to Cite :

Astianata, N., Putra, P, Y. (2023). Pengaruh agresivitas pajak, kinerja lingkungan, ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2021. JURNAL EMBA, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.53697/emba.v3i2>

ARTICLE HISTORY

Received [26 Oktober 2023]

Revised [29 November 2023]

Accepted [05 Desember 2023]

KEYWORDS

Tax Aggressiveness,
Environmental Performance,
Company Size, CSR Disclosure

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Agresivitas Pajak, Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan Dan Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2015-2021. Populasi dalam penelitian ini seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2021 dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan perusahaan mulai dari tahun 2015-2021 terdiri dari 33 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria, dan berdasarkan periode tahun penelitian terdapat 231 sampel. Teknik pengambilan data melalui website (www.idx.co.id) dan website resmi masing-masing perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian. Analisis data yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji hipotesis dan menggunakan analisis linier berganda diolah menggunakan program SPSS 26.0 for Windows. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

ABSTRACT

his study aims to examine the effect of tax aggressiveness, environmental performance, company size and CSR disclosure in manufacturing companies for the 2015-2021 period. The population in this study are all manufacturing companies listed on the IDX in 2015-2021 and the samples used in this study were taken using a purposive sampling method. The samples in this study are annual reports and company financial reports starting from 2015-2021 consisting of 33 manufacturing companies that

meet the criteria, and based on the research year period there are 231 samples. The data collection technique was through the website (www.idx.co.id) and the official website of each company that was sampled in the study. The data analysis used was descriptive statistical test, hypothesis testing and multiple linear analysis was processed using the SPSS 26.0 for Windows program. This study aims to determine how much influence tax aggressiveness, environmental performance and company size have on CSR disclosure in manufacturing companies listed on the IDX in 2015-2021. Based on the results of the research and discussion described in the previous chapter, the conclusions that can be drawn from this study are as follows:

The results of this study indicate that tax aggressiveness has a significant effect on disclosure of corporate social responsibility (CSR), environmental performance has no significant effect on disclosure of corporate social responsibility (CSR), and company size has a significant effect on disclosure of corporate social responsibility (CSR)..

PENDAHULUAN

Kemajuan zaman mendorong semakin berkembangnya sektor dunia usaha diberbagai bidang industri sehingga mengakibatkan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya semakin meningkat. Semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi akhir-akhir ini menuntut perusahaan untuk melakukan suatu tindakan yang lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan (Hotria dan Afriyenti 2018). Ada beberapa kasus di Indonesia dimana kegiatan perusahaan manufaktur merusak lingkungan bahkan beberapa perusahaan manufaktur harus membayar denda kepada pemerintah Indonesia atas kerusakan lingkungan yang mereka timbulkan (D. A. Laksmi & Narsa, 2022). Saat ini juga sudah banyak perusahaan yang mengklaim bahwa perusahaannya telah melakukan kegiatan tanggung jawab perusahaan, namun pada buktinya ternyata masih sangat rendah perusahaan dalam mengungkapkan wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan (Sarra dan Alamsyah, 2020).

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*corporate social activity*) atau aktivitas sosial perusahaan (Muhammad dkk, 2018). Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, namun secara faktual, kegiatannya mendekati konsep CSR yang mempresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan (Santoso, 2016). Namun, berdasarkan hasil studi perserikatan bangsa-bangsa (PBB) tentang *corporate sustainability report* tahun 2013 membuktikan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia secara kolektif memiliki partisipasi yang rendah dalam hal mengungkapkan aktivitas sosialnya. Hal ini mengindikasikan pengungkapan CSR (*CSR disclosure*) di Indonesia masih belum dipahami sebagai salah satu nilai tambah bagi perusahaan (Yusuf dkk, 2017)

Kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Hotria dan Afriyenti 2018). Dalam Pasal 66 ayat 2c UU No.40 tahun 2007 dinyatakan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan (Ruddin, 2018).

Pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan CSR telah dianjurkan dalam PSAK No.1 tahun 2009 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian tanggung jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09. UU RI No.23 Tahun 1997 (2) juga menyatakan bahwa setiap orang mempunyai hak atas informasi lingkungan hidup yang berkaitan dengan peran dalam pengelolaan lingkungan hidup yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Hotria dan Afriyenti 2018). Menurut Arfiyanto dan Ardiyanto (2017) CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan

serta dapat mendorong kualitas hidup masyarakat dan bukan hanya itu saja tetapi CSR juga dapat meningkatkan para pemangku kepentingan. CSR perusahaan yang baik mewakili pola kinerja keuangan perusahaan yang baik pula. Selain mewakili pola kinerja keuangan yang baik, juga menunjukkan bahwa secara finansial perusahaan tersebut dapat mengelola dan mengatur perusahaannya (Rahmaningtyas dan Aryani 2022).

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan harus beroperasi sesuai dengan nilai dan norma yang ada di masyarakat dan aktivitas bisnis mereka harus diterima sebagai sesuatu yang sah oleh masyarakat. Teori ini mendorong perusahaan untuk menyusun laporan keberlanjutan sebagai wujud tanggung jawab sosial. Perusahaan harus mampu memberikan keyakinan pada masyarakat bahwa kegiatan bisnis yang dijalankan tidak melanggar aturan, nilai dan norma yang berlaku (Setiani, 2020). Konsep tanggung jawab sosial perusahaan mengikuti teori legitimasi yang dimana perusahaan memperoleh legitimasi dari pemerintah dengan menjaga kelestarian lingkungan, patuh membayar pajak, dan memperoleh legitimasi sosial dari masyarakat dengan mempublikasikan kegiatan CSR di berbagai media cetak dan digital (Cahyaningsih & Septyaweni, 2022). Perusahaan berupaya melakukan CSR guna menunjukkan janji perusahaan kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan apa yang telah dijelaskan dan diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007 huruf b tentang CSR. CSR merupakan sesuatu yang melekat pada perusahaan penanaman modal guna menciptakan hubungan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan, nilai, budaya, dan norma masyarakat (Laksmi dan Narsa 2022).

Salah satu faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas CSR yaitu agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menghemat beban pajaknya guna meningkatkan keuntungan perusahaan (Arfiyanto dan Ardiyanto 2017). Agresivitas pajak termasuk transaksi untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan, terkadang pemilik dan pemegang saham mengharapkan perusahaan meminimalkan pembayaran pajak untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Cahyaningsih & Septyaweni, 2022). Menurut Rahmawati dan Rohman (2019) tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan harapan dan pandangan masyarakat karena pajak yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan adalah komponen penting bagi masyarakat terkait dengan pendanaan barang publik. Pandangan yang diyakini masyarakat tersebut menyebabkan perusahaan melakukan upaya-upaya yang termasuk dalam kategori kegiatan agresivitas pajak dapat menimbulkan citra negatif dari masyarakat. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat memenuhi harapan yang diinginkan oleh masyarakat dan sebaliknya perusahaan yang terindikasi gagal adalah perusahaan yang tidak dapat memenuhi harapan-harapan yang diinginkan oleh masyarakat (Arfiyanto dan Ardiyanto 2017).

Perusahaan yang melakukan kegiatan agresivitas pajak akan berusaha mengalihkan perhatian masyarakat dengan memberikan informasi mengenai *corporate social responsibility* dalam laporan keuangan tahunannya (Hotria dan Afriyenti, 2018). Oleh sebab itu semakin tinggi agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula motivasi perusahaan dalam mengungkapkan CSR (Cahyaningsih & Septyaweni, 2022). Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu kinerja lingkungan. Secara umum kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Kinerja ini dapat dilakukan dengan menerapkan akuntansi berbasis lingkungan yang dimana akuntansi lingkungan merupakan pengakuan dan integritas dampak terhadap isu-isu lingkungan pada sistem akuntansi tradisional suatu perusahaan (A. Ramadhan, 2019).

Di Indonesia, kinerja lingkungan dapat diukur dengan menggunakan program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (PROPER). PROPER digunakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan berdasarkan peraturan yang ditetapkan (Cahyaningsih & Septyaweni, 2022). Dasar hukum pelaksanaan PROPER adalah keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 127/MENLH/2002 tentang program penilaian kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (PROPER) (Ramadhan, 2019). PROPER diumumkan secara rutin kepada

masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung pada tingkat ketaatannya.

Tujuan diadakannya program ini adalah untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam hal pengelolaan lingkungan. Program ini mengimbau perusahaan untuk dapat memberikan transparansi informasi kepada para *stakeholders* mengenai aktivitas pengelolaan lingkungan oleh perusahaan (Sukasih dan Sugiyanto 2017). Kinerja lingkungan menggunakan peringkat kinerja PROPER yang dibedakan menjadi lima warna yaitu emas, hijau, biru, merah, dan hitam (Ramadhan dan Amrin 2019). Jika Perusahaan mendapatkan peringkat warna tertinggi yaitu emas maka akan diberikan *dummy* 5, *dummy* 4 untuk peringkat warna hijau, *dummy* 3 untuk peringkat warna biru, *dummy* 2 untuk peringkat warna merah, *dummy* 1 untuk peringkat warna hitam. Sistem penilaian PROPER adalah kelima warna tersebut (Putra, 2017).

Afifah dan Immanuela (2021) menyatakan bahwa perbedaan dari risiko usaha antara perusahaan besar dengan perusahaan kecil dapat diketahui dari ukuran perusahaan. Perusahaan yang semakin besar juga semakin kompleks dalam melakukan kegiatan usahanya. Perusahaan besar sudah seharusnya mempunyai informasi yang mampu diakses oleh masyarakat umum dan juga informasinya lebih lengkap, salah satunya dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang telah diimplementasikan. Hal ini menandakan jika kebutuhan *stakeholder* tetap diperhatikan. Ukuran perusahaan berhubungan dengan teori agensi dimana teori agensi dilakukan dengan tujuan menghindari terjadinya konflik yang terjadi antara agen dan *principal* (Yanti dan Budiasih, 2016).

Ukuran perusahaan akan berhubungan dengan kegiatan tanggung jawab sosial, karena perusahaan besar lebih mungkin perlu dikritisi oleh kedua kelompok kepentingan umum dan kelompok sosial. Perusahaan melakukan pengungkapan terhadap sosial dan lingkungan melalui laporan tahunan, maka perusahaan dalam jangka panjang bisa terhindar dari biaya tuntutan masyarakat (Widyastari & Sari, 2018). Perusahaan yang memiliki tingkat entitas bisnis tinggi akan mendorong para investor untuk menginvestasikan saham kepada perusahaan. Dan jika saham perusahaan tinggi maka membuat pengungkapan CSR nya meningkat, karena pendorong pengungkapan CSR adalah kepemilikan saham perusahaan. Oleh karena itu ukuran perusahaan adalah skala yang berfungsi untuk menentukan besar kecilnya suatu entitas bisnis (Ruroh & Latifah, 2018).

Penelitian ini juga didasari oleh fenomena-fenomena yang berasal dari penelitian sebelumnya untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak, kinerja lingkungan, ukuran perusahaan, *exposure media* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur. Pada penelitian Cahyaningsih & Septyaweni, (2022) menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, bahwa *exposure media* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian Hotria dan Afriyenti (2018) menggunakan variabel agresivitas pajak, media exposure, profitabilitas, dan sertifikat ISO 14001. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa agresivitas pajak, media exposure, profitabilitas, dan sertifikat ISO 14001 berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian Yovana dan Kadir (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan penelitian (Ramadhan dan Amrin 2019) menunjukkan bahwa profitabilitas dan agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* sedangkan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

LANDASAN TEORI

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Vionita dkk (2021) teori legitimasi adalah perusahaan akan bereaksi sesuai dengan ekspektasi masyarakat dan lingkungan di sekitar tempat perusahaan tersebut beroperasi. Dengan

teori legitimasi, akan memberikan landasan bahwa perusahaan telah mematuhi peraturan yang berlaku di lingkungan masyarakat berkaitan dengan kegiatan operasional yang dilaksanakan. Sehingga bisa berjalan dengan baik tanpa adanya konflik dimasyarakat atau di lingkungan tempat beroperasi (Sarra dan Alamsyah 2020). Teori legitimasi ini memberikan penjelasan yang lebih komprehensif terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan karena secara eksplisit mengakui bahwa bisnis terikat oleh kontrak sosial dimana perusahaan harus setuju dalam menjalankan berbagai aktivitas yang diinginkan secara sosial (Widiastuti dkk, 2018).

Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR perlu dilakukan sebagai wujud timbal balik kepada masyarakat, yang mana perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak lepas dari lingkungan dan dukungan dari masyarakat. Tujuan pengungkapan informasi CSR untuk mendapatkan legitimasi positif dan menunjukkan bahwa perusahaan memenuhi harapan masyarakat terkait tanggung jawab sosialnya (Wardhani & Muid, 2017). Dengan melakukan CSR perusahaan dapat membentuk citra positif di mata masyarakat dan juga investor perusahaan, tidak hanya mendapatkan kepercayaan dari investor untuk berinvestasi tetapi perusahaan juga memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar (Vionita dkk, 2021).

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan hal yang sekarang sangat umum terjadi dikalangan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Tindakan ini bertujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan yang kini menjadi perhatian publik karena tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan juga merugikan pemerintah (Gunawan, 2017). Menurut Amrin (2019) tindakan agresivitas merupakan tindakan yang dirancang oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak agar memperoleh keuntungan. Agresivitas pajak dilakukan dengan cara melakukan rekayasa laba kena pajak melalui perencanaan pajak, agresivitas pajak jika dikaji dengan cara yang tepat dan tidak menyimpang dari peraturan yang berlaku akan memberikan manfaat bagi perusahaan (Erlina, 2021).

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang kegiatannya berfokus pada pelestarian lingkungan dan pengurangan dampak lingkungan yang merugikan yang timbul dari kegiatan perusahaan (Tahu, 2019) . Salah satu instrumen penilaian kinerja lingkungan adalah PROPER. PROPER merupakan program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan yang digunakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan berdasarkan peraturan yang ditetapkan (Cahyaningsih & Septyaweni, 2022).

Berdasarkan ISO 14001, kinerja lingkungan adalah mengenai seberapa baik organisasi mengelola aspek lingkungan dari aktivitas, produk, dan jasanya serta dampaknya terhadap lingkungan (Putra, 2017). Kinerja lingkungan dipengaruhi oleh seberapa besar motivasi perusahaan untuk melakukan pengelolaan lingkungan sehingga akan berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan dan memberikan kontribusi positif terhadap lingkungannya maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Sarra dan Alamsyah 2020).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan, salah satunya dinilai dari seberapa besar aset yang dimiliki, berdasarkan hal tersebut ukuran perusahaan dapat dikategorikan menjadi perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil (Erlina, 2021). Ukuran perusahaan jika dihubungkan dalam teori agensi maka perusahaan besar yang tumbuh memiliki biaya yang cukup besar untuk menerangkan informasi penting (Purba dan Yadnya 2015). Ukuran perusahaan juga dapat memberikan gambaran

kekuatan finansial yang dimiliki dan kemampuan perusahaan dalam menangani resiko yang mungkin dapat timbul dalam aktivitas bisnisnya, perusahaan yang memiliki ukuran yang besar cenderung akan memiliki kontrol yang lebih besar terhadap aktivitas sosial perusahaan (Saputri dan Giovanni 2021)

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena menggunakan angka-angka sebagai indikator variabel penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi, di mana pendekatan ini terdiri atas perumusan masalah, menyusun model, mendapatkan data, mencari solusi, menguji solusi, menganalisa hasil, dan mengimplementasikan hasil. Data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan mengakses website www.idx.co.id dan website masing-masing perusahaan. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam PROPER periode 2015-2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data. Statistik deskriptif berisi tentang jumlah sampel yang diteliti, nilai minimum dan maksimum, *mean*, dan standar deviasi. Berikut adalah hasil statistik deskriptif yang telah diperoleh dan diolah menggunakan program SPSS 26.0 for Windows.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	31	-2.062618500	.703296700	.41275977906	.290601388805
X1	31	-10.3107420000	3.8232064000	.155243760060	.8217927380099
X2	31	3	5	3.08	.284
X3	31	1.0986123	33.5372300	27.276896261	6.8801605690

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah data dalam penelitian ini adalah 231 (33 emiten/perusahaan dikali 7 tahun). Besarnya variabel Y (pengungkapan CSR) berkisar antara - 2.0626 – 0.7032 dengan nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0.4127 dan standar deviasi 0.2906. Nilai *mean* yang lebih besar dari nilai standar deviasi berarti bahwa data bersifat homogen atau terkonsentrasi di seputar nilai rata-rata. Nilai *mean* sebesar 0.4127 atau 41.27% memiliki arti bahwa rata-rata perusahaan sampel melakukan pengungkapan CSR yang tergolong cukup rendah, karena masih di bawah 50%. Tabel 4.2 juga menunjukkan bahwa besarnya nilai agresivitas pajak (X1), berkisar antara -10.3107 – 3.8232 dengan nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0.1552 dan standar deviasi 0.8217. Nilai rata-rata (*mean*) lebih kecil dari nilai standar deviasi, yaitu $0.1552 < 0.8217$. Hal ini berarti sebaran nilai agresivitas pajak bersifat heterogen atau menyebar di sekitar nilai *mean*.

Dari tabel 4.2 juga terlihat bahwa variabel X2 (kinerja lingkungan) menunjukkan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 5. Nilai *mean* kinerja lingkungan adalah 3.08 dengan standar deviasi sebesar 0.284. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai *mean* berarti data bersifat homogen atau terkonsentrasi di seputar nilai *mean*-nya. Nilai *mean* 3.08 itu juga berarti bahwa perusahaan sampel memiliki rata-rata kinerja lingkungan 3 atau berwarna biru atau bisa dikatakan baik. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa variabel X3 (ukuran perusahaan) memiliki nilai minimum sebesar 1.0986 dan nilai maksimum sebesar 33.5372. Nilai *mean* (rata-rata) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 27.2768 dengan standar deviasi sebesar 6.8801. Nilai *mean* yang lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa data tersebut bersifat homogen atau terpusat. Pada penelitian ini ukuran perusahaan dilihat berdasarkan nilai logaritma natural total aset.

Uji Normalitas

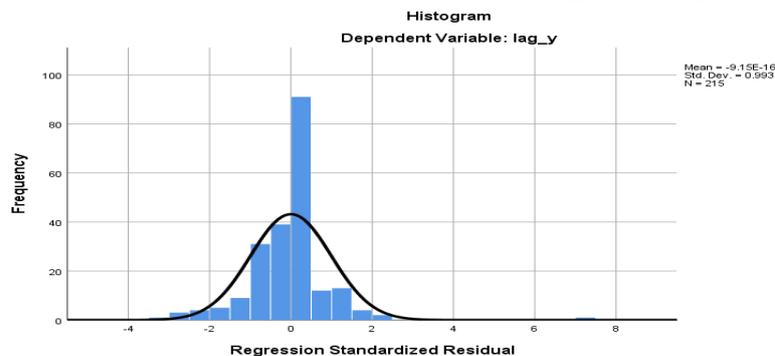
Tabel 2 Hasil Uji Normalitas Dengan Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
N			215	
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	.0000000	
		Std. Deviation	.15469684	
Differences	Most	Extreme	Absolute	.165
			Positive	.165
			Negative	-.110
Test Statistic			2.412	
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000	

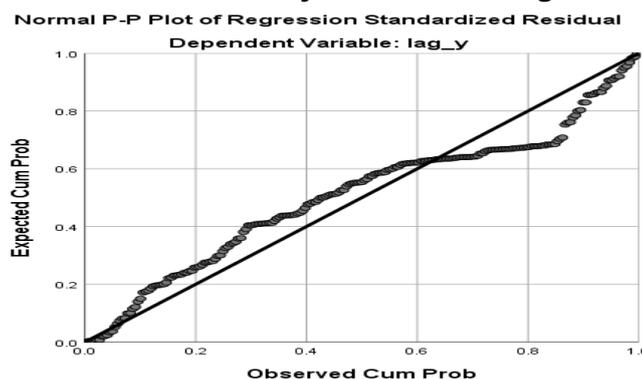
Jika nilai probabilitas signifikansi Kolmogorov Smirnov lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (0.05), maka distribusi data dikatakan tidak normal. Jika nilai signifikansi Kolmogorov Smirnov lebih besar dari taraf signifikansi 5% (0.05), maka distribusi data dikatakan normal.

Hasil pada tabel 2 dalam penelitian ini, yaitu 0.000 atau lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa nilai residual tidak terdistribusi secara normal. Meskipun demikian apabila uji normalitas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini cenderung tidak normal maka dapat digunakan asumsi *Central Limit Theorem*. *Central Limit Theorem* menyatakan bahwa jika kita memiliki populasi dengan mean μ dan standar deviasi σ dan mengambil sampel acak yang cukup besar dari populasi, maka distribusi *mean* sampel akan terdistribusi secara normal. Ini akan berlaku terlepas dari apakah populasi sumber normal atau miring, asalkan ukuran sampel cukup besar ($n > 30$). Jumlah data atau n dalam penelitian ini berjumlah 215. Oleh karena itu asumsi normalitas dapat diabaikan (Gujarati, 2009). Cara lain untuk menguji normalitas adalah dengan grafik histogram dan dan p-plot. Berikut adalah hasil ujinya.

Grafik 1. Hasil Uji Normalitas Dengan Histogram



Grafik 2. Hasil Uji Normalitas Dengan P-Plot



Berdasarkan tampilan *output* grafik di atas kita dapat melihat grafik histogram maupun grafik p-plot. Dimana grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya adalah data berdistribusi tidak normal. Selanjutnya, pada gambar p-plot terlihat titik-titik menjauhi garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas atau data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Berikut ini adalah hasil dari uji multikolinearitas.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	Lag_X1	.991	1.009
	Lag_X2	.980	1.010
	Lag_X3	.985	1.015

Berdasarkan tabel 3, nilai *tolerance* variabel X1, X2, dan X3 masing-masing adalah 0.991, 0.980, dan 0.985 atau lebih besar dari 0.10. Hasil ini menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0.10. Jadi dapat disimpulkan tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, karena nilainya adalah 1.009, 1.010, dan 1.015. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Berikut ini hasil uji autokorelasi.

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2.245

Uji Autokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin-Watson. Tabel 4.5 menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 2.245, dan dari tabel diketahui bahwa nilai DU untuk k (variabel independen dan variabel dependen = 4) dan $n = 215$ adalah 1.8068, $4 - DU = 2.1932$. Karena angka D-W (2.245) lebih besar dari nilai DU (1.6785), tetapi lebih kecil dari $4 - DU$ (2.1932), berarti ini tidak terdapat masalah autokorelasi. Jadi dapat disimpulkan dalam model regresi tidak ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$.

Uji Heteroskedastisitas

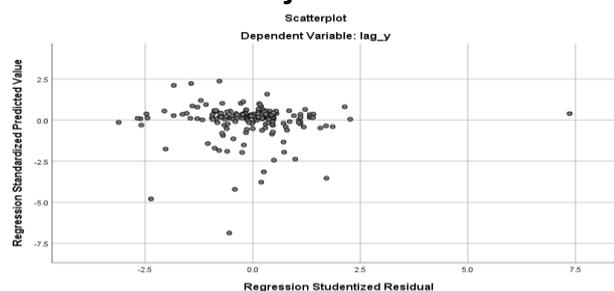
Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berikut ini adalah hasil dari uji Heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
Lag_X1	.592
Lag_X2	.659
Lag_X3	.721

Hasil yang ditunjukkan tabel 5 memperlihatkan bahwa tidak ada satu pun variabel independen yang bernilai signifikan (berarti berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen) pada model regresi dalam penelitian ini. Semua nilai signifikansi ke tiga variabel lebih besar dari 0.05, yaitu 0.592, 0.659, dan 0.721. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas pada model penelitian ini. Teknik lain yang dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan *scatterplot*.

Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 1 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi atau dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengungkapan CSR berdasarkan masukan variabel independen agresivitas pajak, kinerja lingkungan, dan ukuran perusahaan.

Hasil Regresi Linier Berganda

Pada dasarnya analisis ini adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Model persamaan regresi berganda yang akan diteliti dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = 0.187 - 0.048 X_1 - 0.085 X_2 + 0.007 X_3 + \epsilon$$

Hasil koefisien regresi memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 0.187, yang mempunyai arti bahwa jika variabel X1 (agresivitas pajak), X2 (kinerja lingkungan), dan X3 (ukuran perusahaan) tidak ada, maka variabel pengungkapan CSR akan sebesar 0.187. Nilai β_1 yang merupakan koefisien regresi dari variabel X1 sebesar -0.048 mempunyai arti bahwa bila terjadi penurunan X1 sebesar 1 satuan, maka akan terjadi penurunan pengungkapan CSR sebesar 0.048 satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan. Kemudian nilai β_2 yang merupakan koefisien regresi dari variabel X2 (kinerja lingkungan) sebesar -0.085 mempunyai arti bahwa jika terjadi penurunan X2 sebesar 1 tingkatan, maka akan terjadi penurunan pengungkapan CSR sebesar 0.085

satuan dengan asumsi variabel lainnya masih tetap konstan. Selanjutnya nilai β_3 yang merupakan koefisien regresi dari variabel X3 sebesar 0.007 mempunyai arti bahwa variabel X3 ini mempunyai peningkatan dalam mengungkapkan CSR sebesar 0.007.

Hasil Uji Statistik t

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut ini adalah hasil dari uji parameter individual (uji statistik t).

Tabel 7 Hasil Uji Parameter Individual

Model	Koefisien	T	Sig.
Konstanta	0.187	2.834	0.005
Lag_X1	-0.048	-2.202	0.029
Lag_X2	-0.085	-1.602	0.142
Lag_X3	0.007	2.090	0.038

Berdasarkan tabel 7 terlihat bahwa hasil uji t untuk variabel agresivitas pajak (X1) mempunyai nilai signifikansi 0.029, yang berarti lebih kecil dari 0.05, maka H1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel agresivitas pajak (X1) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y).

Hasil uji t untuk variabel kinerja lingkungan (X2) mempunyai signifikansi 0.142, yang berarti lebih besar dari 0.05 maka H2 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja lingkungan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil yang ditunjukkan tabel 4.8 menyatakan bahwa uji t untuk variabel ukuran perusahaan (X3) memberikan hasil signifikansi 0.038 yang berarti di bawah 0.05. Ini berarti bahwa variabel ukuran perusahaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, oleh karena itu H3 diterima.

Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah hasil Uji signifikan Simultan (Uji Statistik F).

Tabel 8 Hasil Uji Signifikan Simultan

Model	F	Sig.
1 Regression	4.031	.008 ^b
Residual		
Total		

Berdasarkan tabel 8 hasil uji F menunjukkan bahwa hasil F hitung sebesar 4.031 dengan tingkat signifikansi 0.008. Oleh karena tingkat signifikansi tersebut lebih kecil daripada 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel agresivitas pajak (X1), kinerja lingkungan (X2), dan ukuran perusahaan (X3) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan CSR.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu agresivitas pajak, kinerja lingkungan, dan ukuran perusahaan. Berikut ini adalah hasil dari uji Koefisien Determinasi (R²).

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adj R Square
1	0.233	0.054	0.041

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0.041 atau sama dengan 4.1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 4.1% variabel pengungkapan CSR (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen seperti agresivitas pajak (X1), kinerja lingkungan (X2), dan ukuran perusahaan (X3). Sedangkan sisanya 95.9% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Agresivitas Pajak (X1) Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel agresivitas pajak (X1) dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah 0.029, yang berarti lebih kecil dari 0.05 maka H1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel agresivitas pajak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Koefisien agresivitas pajak bertanda negatif. Tanda negatif ini berarti bahwa perusahaan tersebut agresif pajak, karena konsep agresivitas pajak itu berkebalikan dengan ETR (proksi agresivitas pajak). Nilai ETR yang semakin rendah menunjukkan bahwa perusahaan tersebut semakin agresif pajak. Data penelitian menunjukkan bahwa nilai *mean* untuk variabel agresivitas pajak (X1) adalah 0.1552. Nilai ini bisa dikategorikan kecil, yang berarti rata-rata perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini melakukan agresif pajak. Jadi dapat dikatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa masyarakat dapat melakukan delegitimasi terhadap perusahaan yang berperilaku tidak sesuai dengan norma yang berlaku umum. Ketika perusahaan melakukan tindakan yang melanggar norma, maka perusahaan akan berusaha menjaga citranya dan menjaga legitimasi dari masyarakat dengan media berupa *corporate social responsibility* (CSR). Perusahaan yang melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang lebih banyak dianggap lebih peduli terhadap sekitar dan tidak hanya mementingkan kepentingan sendiri dalam mencari keuntungan. Dengan mengungkapkan CSR yang lebih banyak, pihak internal perusahaan berharap perhatian masyarakat akan teralihkan dari tindakan yang tidak sesuai norma. Dengan demikian legitimasi perusahaan tetap terjaga. Hasil penelitian ini juga mendukung teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada kepentingan pemegang saham semata, akan tetapi diharapkan pula tetap mengakomodasi kepentingan masyarakat, konsumen, pemerintah, pemasok, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Dukungan dari berbagai pihak tersebut sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam menjaga keberlangsungan usahanya. Salah satu media interaksi antara perusahaan dengan *stakeholdernya* adalah melalui pengungkapan CSR.

Hasil ini konsisten dengan penelitian E. I. Ramadhan dan Irianti (2019), Sarmiento & Taman siswa (2022) dan Kencono dan Hadi, (2017) yang menemukan adanya pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR, tetapi bertentangan dengan penelitian Adelia dan Wijaya (2021) dan Kurniawan dan Henny (2023) yang tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR.)

Pengaruh Kinerja Lingkungan (X2) Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil uji t, variabel kinerja lingkungan (X2) mempunyai signifikansi 0.142, yang berarti lebih besar dari 0.05, maka H2 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja lingkungan (X2) yang diukur dengan PROPER tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Alasan ditolaknya hipotesis ini adalah karena dari 33 sampel yang ada ternyata yang mendapatkan PROPER terbaik itu hanya 5 perusahaan sehingga tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Dari populasi sebanyak 193 perusahaan

manufaktur periode 2015-2021, hanya 33 perusahaan yang memiliki data lengkap dan mengikuti PROPER, atau hanya 17% .

Hasil penelitian ini juga tidak mendukung teori pengungkapan diskresioner yang menyatakan bahwa pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan kinerja mereka berarti menggambarkan berita baik bagi pelaku pasar. Oleh karena itu perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan kualitas lingkungan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang buruk. Semakin banyak peran perusahaan dalam kegiatan lingkungannya, maka akan semakin banyak pula yang harus diungkapkan oleh perusahaan mengenai kinerja lingkungan yang dilakukannya dalam laporan tahunannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Oktalia (2015) yang tidak menemukan hasil yang signifikan, tetapi bertentangan dengan penelitian Kholifah (2022) dan Ramadhan dan Amrin (2019) yang menemukan adanya pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pengaruh Ukuran Perusahaan (X3) Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian terhadap hipotesis 3 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yang sebesar 0.038. Tingkat signifikansi tersebut di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini mendukung penelitian Adelia dan Wijaya (2021), Arfiyanto dan Ardiyanto (2017) dan Rahmawati dan Rohman (2019), tetapi tidak mendukung E. I. Ramadhan dan Irianti (2019) dan Kurniawan dan Henny (2023). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar memiliki kegiatan operasi yang lebih tinggi sehingga keberadaannya di dalam masyarakat akan lebih mudah untuk diketahui. Perusahaan yang lebih besar cenderung mengungkapkan informasi CSR yang lebih luas dalam laporan tahunannya dibandingkan perusahaan yang lebih kecil dikarenakan perusahaan dengan skala besar berupaya untuk meningkatkan pandangan masyarakat mengenai kinerja perusahaannya.

Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat. Hasil penelitian ini juga mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR kepada para *stakeholder* sebagai alat komunikasi untuk menjaga hubungan baik dan memenuhi harapan *stakeholder*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel X1 (agresivitas pajak) mempunyai signifikansi 0.029, yang berarti lebih kecil dari 0.05 maka H1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel X2 (kinerja lingkungan) mempunyai signifikansi 0.142, yang berarti lebih besar dari 0.05, maka H2 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X2 (kinerja lingkungan) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel X3 (ukuran perusahaan) mempunyai signifikansi 0.038, yang berarti lebih kecil dari 0.05 maka H3 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X3 (ukuran perusahaan) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Saran

1. Variabel yang tidak terbukti pada penelitian ini sebaiknya pada penelitian yang akan datang digunakan variabel lain yang diduga mampu menjelaskan secara maksimal variasi terhadap variabel dependen serta menambahkan model variabel moderasi maupun mediasi.
2. Memperluas penelitian dengan cara memperpanjang periode penelitian dengan menambah tahun pengamatan dan juga memperbanyak jumlah sampel untuk penelitian yang akan datang.
3. Penelitian yang akan datang juga sebaiknya menambah variabel independen yang masih berbasis pada data laporan keuangan selain yang digunakan dalam penelitian ini dengan tetap berlandaskan pada penelitian-penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, N., & Wijaya, T. (2021). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. 3(1), 20–27.
- Afifah, R. N., & Immanuela, I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 109–123. <https://doi.org/10.33508/jrma.v9i2.1013>
- Andrianto, M. R., & Fadjar, A. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. 862–871.
- Anggraini, D. Y., & Kartika, R. (2019). Analisis Kualitas Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Governance Andalas*, 2(1), 18–31.
- Arfiyanto, R., & Ardiyanto, M. D. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(2004), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Cahyaningsih, & Septyaweni, A. (2022a). Corporate social responsibility disclosure before and during the Covid-19 pandemic. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 26(47), 11–22. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol26.iss1.art2>
- Cahyaningsih, & Septyaweni, A. (2022b). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebelum dan selama pandemi Covid-19. 26(1).
- Dewi, N. P. D. P., & Budiasih, I. G. A. N. (2022). Pengaruh Kinerja Lingkungan Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. 11(10), 1192–1197.
- Erlina, M. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Dan Pengungkapan Csr Sebagai Moderasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17(1), 24–39. <https://doi.org/10.26593/jab.v17i1.4523.24-39>
- Ganang, S., & Wijaya, S. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Non-keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2016). 6, 1–15.
- Gunawan, J. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 21(3), 425. <https://doi.org/10.24912/ja.v21i3.246>
- Hasibuan, N. S., Fitriasia, & Wulan, M. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Growth Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social. *Akuntansi Dan Keuangan*, 11, 167–180. <https://doi.org/10.33510/statera.2020.2.2.167-180>
- Hotria, H., & Afriyenti, M. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas, dan Sertifikat ISO 14001 terhadap Minat Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017). *Wahana Riset Akuntansi*, 6(2), 1311. <https://doi.org/10.24036/wra.v6i2.102514>
- Kencono, W., & Hadi, R. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak , Ukuran Perusahaan , Leverage ,. 6.

- Kholifah, S. (2022). Pengaruh Kinerja Lingkungan , Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social responsibility. 12(1), 64–76.
- Kurniawan, R., & Henny, D. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, agresivitas pajak, dan risk minimization terhadap pengungkapan corporate social responsibility. 3(1), 2031–2040.
- Laksmi, A. C., & Hasri, A. P. (2022). Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure on financial performance of manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia* <https://Journal.Uii.Ac.Id/JAAI> Influence, 26(1).
- Laksmi, D. A., & Narsa, N. P. D. R. H. (2022). Corporate Social Responsibility , Capital Intensity , and Tax Aggresiveness: Evidence from Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 132–143. <https://doi.org/10.26740/jaj>
- Lilia, W., Situmeang, S. I. L., Verawaty, V., & Hartanto, D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di BEI. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 627. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.259>
- Muhammad, C. I., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pt. Indonesia Power Upjp Kamojang. 8, 195–202. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20080>
- Oktalia, H. dan D. (2015). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. 4(September).
- Prasethiyo, D. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Sensitivitas Industri, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). 13–27.
- Purba, I. B. G. I. W., & Yadnya, P. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Manajemn Unund*, 4(8), 2428–2443.
- Putra, Y. P. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening.
- Putri, N. L. K. W. G. M., & Setiawan, P. E. (2022). Kapitalisasi Pasar, Profitabilitas, Agresivitas Pajak dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. 2801–2812.
- Rahmaningtyas, R. P., & Aryani, Y. A. (2022). Pengaruh Pengungkapan CSR Mikro Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Pelayanan Kesehatan Dan Teknologi Kesehatan Di Asean. 22(1), 82–93.
- Rahmawati, A. P., & Rohman, A. (2019). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. 8(2015), 1–11.
- Ramadhan, A. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. 08(01), 1–11.
- Ramadhan, A., & Amrin, A. (2019). Profitabilitas, Agresivitas Pajak Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 45. <https://doi.org/10.31850/economos.v2i2.521>
- Ramadhan, E. I., & Irianti, P. W. D. (2019). PENGARUH FAKTOR KEUANGAN, TATA KELOLA PERUSAHAAN, AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. 57–72.
- Rivandi, M., & Putra, R. J. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner*, 5(2), 513–524. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.468>
- Ruddin, P. (2018). Analisis Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Berdasarkan Syariah Enterprise Theor. 04(02), 31–42.
- Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2018). Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015- 2016). *Jurnal Akademi Akuntansi*, 1(2), 42–53.

- http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdfhttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf<https://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-Pls/2018/180607-Bitkom>
- Santoso, S. (2016). Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Konvensional Dan Fiqh Sosial. 4, 81–104.
- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(1), 90–108. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i1.10563>
- Sari, W. N., & Rani, P. (2015). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Returnonassets(ROA) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate social responsibility(CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013. *Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 1–17. <http://dx.doi.org/10.1080/01443410.2015.1044943><http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.581><https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2547ebf4-bd21-46e8-88e9-f53c1b3b927f/language-en><http://europa.eu/><http://www.leg.st>
- Sarmiento, M. G. I. D., & Tamansiswa, U. S. (2022). The Effect of Tax Aggressiveness , Return On Assets , Leverage and Size on Corporate Social Responsibility (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2015-2019 Period). 04(01), 1–11.
- Sarra, H. D., & Alamsyah, S. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan , Citra Perusahaan dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR. 2, 410–417.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis.
- Setiani, E. P. (2020). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Tipe Perusahaan Di Indonesia. *Bisnis Dan Infestasi*, 16(1), 1–12.
- Siddi, P., Widiastuti, L., & Chomsatu, Y. (2019). Pengungkapan Islamic Social Reporting (Isr) Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Fundamental Management Journal*, 4(1), 37–51.
- Sukasih, A., & Sugiyanto, E. (2017). Pengaruh Struktur Good Corporate Governance Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015) Kajian Pustaka Hipotesis. 2(2), 121–131.
- Susilowati, F., Zulfa, K., & Hartono, A. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Isoquant : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 15–25.
- Susilowati, K. D. S., Candrawati, T., & Afandi, A. (2018). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 62–82. <https://doi.org/10.31328/jim.v4i2.560>
- Tahu, G. P. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 3(1), 14–26. <http://journal.unla.ac.id/index.php/jasa/article/view/532>
- Vionita, V., Kurnia, & Pratama, F. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Investment Account Holder terhadap Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (Studi kasus pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Tahun 2016-2019). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(02), 193. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1385>
- Wahyudi, T., & Kadir, A. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Kualitas Auditor Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). 20(April), 83–96.
- Wardhani, R. A., & Muid, D. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang

- Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 752–761.
- Wicaksono, D. A., & Prabowo, T. J. W. (2021). Pengaruh Agresivitas Pajak dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, R. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 107–117. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6745>
- Widyastari, N. K. W., & Sari, M. M. R. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, proporsi dewan komisaris independen, dan kepemilikan asing pada pengungkapan corporate social responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 22, 1826. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/36644>
- Yanti, N. K. A. G., & Budiasih, I. G. A. N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi*, 17(3), 1752–1779. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/19936/16379>
- Yasin, M. (2020). Pengaruh Manajemen Laba Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Ekonomi Akuntansi*, 5, 61–76.
- Yovana, D. G., & Kadir, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). 21(April), 15–24.
- Yusuf, Y. Y., Rahman, A. F., & Mardiaty, E. (2017). Determinan Pengungkapan CSR Dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. 4(2), 197–216.